

Punta sulla Russia la produzione Zuegg

 Approfondimenti: Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/072010/PL-0710-002.pdf (Succhi di frutta e bevande a base di frutta)

Zuegg prosegue la propria strategia di espansione internazionale puntando sul mercato russo. È del 2010 la costituzione di Zuegg Russia, nuova società che si affianca alle diramazioni Zuegg Italy, Zuegg Germany, Zuegg France e Zuegg Austria, sorta con l'apertura dello stabilimento produttivo di Afanasovo, nella regione di Kaluga, a 180 km da Mosca: scelta dettata dalla volontà di ampliare le capacità produttive per venire incontro alla clientela BtoB nell'ottica di sfruttare il potenziale offerto dal grande mercato est-europeo, difficile da gestire sul piano distributivo a realtà non presenti in loco.

L'area produttiva dell'impianto si estende su 10.000 mq all'interno di un'area verde di 6 ettari, di cui solo 3 al momento impiegati, e le strutture comprendono uffici su 4 piani e 2 edifici tecnici con centrali termiche. La capacità attuale è di 20 milioni di kg di frutta trasformata all'anno, che potranno essere raddoppiati in ragione di 40 milioni di kg annui in prospettiva di possibili espansioni. La produzione prevista è quella di semilavorati (preparati a base di frutta da aggiungere allo yogurt e per l'industria dolciaria), insieme a prodotti Zuegg Skipper e Zuegg, marchi già inseriti nell'importante catena distributiva **Gourmet**, attiva in tutto il territorio moscovita. Dal 2011 l'assortimento sarà presente anche in altri due canali della grande distribuzione: **Metro** e **XS**. L'apertura dello stabilimento russo è un'opportunità, peraltro, di sviluppo complessivo della regione, come testimonia la nuova linea elettrica di 10 km costruita appositamente per la fabbrica, ma destinata a portare benefici a tutti i residenti.

La trasformazione del calzaturificio Filanto

 Approfondimenti: Percorso di lettura:
www.largoconsumo.info/102010/PL-1010-004.pdf (Calzature)

Rilancio affidato a un nuovo indirizzo strategico: è quello che ha consentito a **Filanto**, gruppo attivo nell'importante distretto calzaturiero del Salento, di recuperare profitti. Trasformazione non priva di scelte dolorose, come il ridimensionamento della manodopera, pas-

sata dai 3.500 dipendenti del 2000 agli attuali 500, nella sostanza improntata al passaggio dalla produzione diretta alla commercializzazione attraverso un riposizionamento nella fascia alta del prezzo: un'operazione all'insegna del "glocal", affidando la produzione a terzi sparsi per il mondo, dall'Albania all'India, necessaria per rimanere sul mercato e imporsi con un nuovo profilo di rilievo internazionale.

Come società commerciale che produce oggi in diversi Paesi, il calzaturificio salernitano di Casarano ha ripensato interamente la propria offerta, ridimensionando la quota di calzature maschili e puntando tutto, invece, sulle scarpe da donna e sulla moda: ingredienti di successo che hanno fatto risalire il fatturato, dopo i cali degli anni precedenti, a 70 milioni. L'ultimo passo è l'ingresso nel campo della distribuzione con i tre marchi **Filanto**, **Filograna** e **Phil Hunt**. Forte di una presenza in 70 Paesi, l'azienda ha deciso di giocare in proprio la carta del retail, creando una rete di 30 negozi gestiti in parte direttamente e in parte in franchising. Il processo di internazionalizzazione, su cui sono stati effettuati importanti investimenti nell'ottica della globalizzazione, prosegue peraltro dal 1992, in una prospettiva dunque di "lungo corso". ■